

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSTUM OLAH  
RAGA MEREK NIKE**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang).

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**Mahmud**

**201310160311001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSTUM OLAH  
RAGA MREK NIKE**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang).

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi**

**Oleh:  
Mahmud**

**201310160311001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

# SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSTUM OLAHRAGA MEREK NIKE  
(Studi pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang)**


Oleh :

**Mahmud**

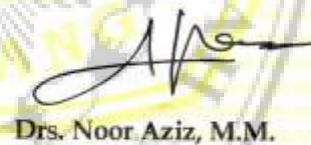
**201310160311001**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 30 Juli 2018

Pembimbing I,

  
Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,

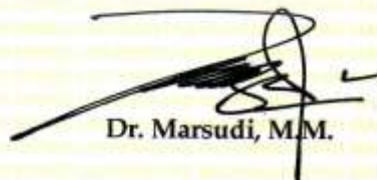
  
Drs. Noor Aziz, M.M.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

  
Dr. Lailah Zuhroh, M.M.

  
Dr. Marsudi, M.M.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSTUM OLAHRAGA MEREK NIKE  
(Studi pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Mahmud**  
NIM : **201310160311001**  
Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Eko Handayanto, M.M.**  
Penguji II : **Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**  
Penguji III : **Drs. Noor Aziz, M.M.**  
Penguji IV : **Dr. Marsudi, M.M.**

1.   
2.   
3.   
4. 



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

  
Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

  
Dr. Marsudi, M.M.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan  
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435  
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: [feb@umm.ac.id](mailto:feb@umm.ac.id)

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Senin, 30 Juli 2018**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : **MAHMUD**  
No. Induk : **201310160311001**  
Program Studi : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEP UTUSAN PEMBELIAN  
KOSTUM OLAHRAGA MEREK NIKE**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Eko Handayanto, M.M.	73	
2.	Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.	73	
3.	Drs. Noor Azis, M.M.	74	
4.	Dr. Marsudi, M.M.	75	

Nilai rata-rata : **73,8 / B**

Dinyatakan : **Lulus / Tidak Lulus \*)**

Kategori : **Layak / Tidak Layak \*)**

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui  
a.n. Dekan FEB-UMM,  
Wakil Dekan I,

**Dr. Widayat, M.M.**

Malang, **30 Juli 2018**  
Ketua Tim Penguji,

**Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Ket: \*) Coret yang tidak perlu



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Jl. Raya Tlogomas 246 Telp.0341-464318 Pes.214 Malang, 65144

## DAFTAR PERUBAHAN DRAF

**Nama Mahasiswa : Mahmud**

**NIM : 201310160311001**

No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1.	Kata. Merek ≠ MRSH ≠ Merek ✓		
2.	Referensi +dk sesuai 2y Analisis Data & Hasil ✓		7/8 AF
3.	Referensi, figure & hasil ✓		
4.	Manfaat ✓		
5.	Kata Pengantar ✓		
6.	Def op var: Motivasi Pembelian ✓		9/10 8/10 10/18 7/8

## KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : MAHMUD  
NIM/IPK/Konsent : 20131016081100 / ..... / Demasaran  
Tgl. SK Bimbingan : 30 - September  
Alamat/Tlp/HP : Perum. Bumi Asri B.N 37 / 087050913764

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Persepsi dan Harga Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosum Olah Raga

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
07/06 2018	ace pemb judul Buat proposal		
13/07	revisi proposal		
16/07	revisi jurnal & cy plant terbaca		
23/07	revisi lt. balok & partit; fender pionis & fender, fender		
24/07	lt. balok & partit, fender; fender manfaat; fender & partit utam;		
	Keyla piki & hipotesis		
	Revisi prop. bahan pop, sampel, def op & v hipotesis 4, 5 → pengujian		
5/4 18	Can model & partit & fender fender & partit & fender & hipotesis		



Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	Def op dan		Ar
	Selanjutnya		Ar
23/4	Revisi mulai tt. bldg, ukuran hipotesis: dov & teori? pembahasan	Ar	
21/8	Revisi dalam! Cari teori ttg. tubi. Hg & uji hip. 3	Ar	
7/5	Disetujui yg. di lanjutkan seminar prop.	Ar	
30/5	Revisi hipotesis; populasi/sampel uji hipotesis dan daftar probda gbr. Kumpulan fctur, Dasar Hs Def op variabel	Ar	Ar
6/6	Revisi kriteria pengujian t Revisi daftar probda; kuesioner & analisis indikator? yg. Revisi kuesioner & indikator	Ar	Ar
7/7	Revisi yg. indikator keputr Revisi & uji. Cobakan pd 30 responden (baw. kuesioner)	Ar	Ar
	Revisi kuesioner di uji coba		Ar
13/11	Revisi bab 1/2 100 responden & bab 4	Ar	
	Revisi bab interpretasi Hstl, pengujian hipotesis, Pembahasan		Ar



The logo of Universitas Muhammadiyah Malang is a large, faint watermark in the background. It is an octagonal emblem with a central sunburst and floral motif. The text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" is arched across the top, and "MALANG" is at the bottom, flanked by two small star symbols.

[illegible]

acc 48 ins  
3/10

  
Dr. NOOR AZIZ M.M

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahmud  
NIM : 201310160311001  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSTUM OLAH RAGA MEREK NIKE (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang )”** adalah hasil karya saya dan di dalam skripsi ini terdapat Karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disebuah perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diteliti atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur PLAGIASI SAYA BERSEDIA SKRIPSI INI DIGIGURKAN, dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN. Serta diproses dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Skripsi ini dapat dijadikan sebagai sumber pustaka yang merupakan hak bebas royalti non eksekutif.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Malang, Juli 2018

Yang membuat pernyataan



  
Mahmud



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kostum Olah Raga Merek Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang)”** disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Hj. Idah Zuhro, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. H. Marsudi, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. H. Marsudi, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Noor Aziz, M.M, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Dra. Uci Yulianti, M.M selaku wali kelas yang selalu memberikan support dan motivasi, bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.

7. Terima kasih juga saya ucapkan kepada seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis yang telah mendidik, mengajar, dan membimbing saya sehingga bisa tercapainya gelar sarjana ini
8. Terima kasih kepada Kedua orang tua, Abah Fauzi dan Ibu Karimah yang selalu memberikan support dan doanya untuk tercapainya gelar sarjana.
9. Ifah Faridah, selaku guru yang selalu memberi semangat, motivasi dan doanya untuk tercapainya gelar sarjana.
10. Siti Sarifah Munif, yang selalu memberi dukungan, memberi semangat dan doanya untuk tercapainya gelar sajana.
11. Rekan-rekan BCT 133 yang terdiri dari Ibenk, Fajar, Kribo, Faufau, didit ,Osun, Hasyim dan Yuda yang selama ini bersedia menemani saya selama menempuh pendidikan S1.
12. Rekan-rekan En Tellok Pettok yang terdiri dari Syaini, Paijin, Samsul, Rijal dan Fian yang selama ini bersedia menemani saya selama menempuh pendidikan S1.
13. Banyak pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mensupport sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Malang, 25 juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori .....	10
1. Perilaku Konsumen .....	10
2. Keputusan Pembelian.....	10
3. Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	11
4. Model Perilaku Konsumen.....	13
5. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	14
6. Faktor Psikologis .....	16
C. Kerangka Berpikir .....	28
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Sumber data.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	33



D. Metode Pengumpulan Data .....	34
E. Pengukuran Data .....	35
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	35
G. Validitas dan Reliabilitas .....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas.....	37
H. Analisis Data .....	38
I. Pengujian Hipotesis.....	42
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Karakteristik Responden .....	45
1. Jenis Kelamin Responden .....	45
2. Tingkat Usia Responden .....	46
B. Analisis Rentang Skala .....	47
1. Persepsi kualitas (X1).....	47
2. Motivasi (X2) .....	49
3. Sikap konsumen (X3).....	51
4. Keputusan Pembelian (Y) .....	52
C. Uji Instrumen .....	54
1. Uji Validitas .....	54
2. Uji Reliabilitas.....	55
D. Hasil Analisis Data.....	56
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
3. Hasil Uji Hopotesis .....	62
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Kategori Kostum Olah Raga Tahun 2016 .....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Hasil Analisis Rentang Variabel persepsi kualitas ( $X_1$ ).....	47
Tabel 4.4 Hasil Analisis Rentang Skala Variabel motivasi ( $X_2$ ).....	49
Tabel 4.5 Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Sikap konsumen( $X_3$ ).....	51
Tabel 4.6 Hasil Analisis Rentang Skala Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data.....	59
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.13 Perbandingan Antara Nilai $t_{hitung}$ Dengan $t_{tabel}$ .....	63
Tabel 4.14 Perbandingan Antara Nilai $t_{hitung}$ Dengan $t_{tabel}$ .....	63
Tabel 4.15 Perbandingan Antara Nilai $t_{hitung}$ Dengan $t_{tabel}$ .....	64
Tabel 4.16 Koefisien regresi (b).....	66

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian .....	13
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15





## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Data Penelitian
3. Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda



## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin. (2014). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmesta, Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE
- Durianto, Sugiarto dan Tony, Sitinjak. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, Nasshir (2016) pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada dealer Honda astra motor palur: penelitian terdahulu
- Rudikwinardi (2014). *Pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda: penelitian terdahulu*
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiaji, J. Nugroho (2003) perilaku konsumen; konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Jakarta: prenada media.
- Sigit, Soehardi. (2002). *Pemasaran Praktis*. Edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swasta, Baru (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Armico.
- Tjiptono, Fandy (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Wahyuni. (2008). *Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di kawasan Jawa barat*. Jawa Barat: Penelitian Terdahulu.